

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA
PADA LOYALITAS PELANGGAN
DI PT. SINAR BARU
SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen**



Diajukan Oleh :

**ANDRIANTO
0412010289/FE/EM**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2011**

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA
PADA LOYALITAS PELANGGAN
DI PT. SINAR BARU
SURABAYA

Yang diajukan

ANDRIANTO
0412010289/FE/EM

Disetujui untuk ujian lisan oleh :

Pembimbing Utama

Drs. Ec. Bowo Santoso, MM.

Tanggal :

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"
Jawa Timur

Drs. Ec. H. R. A. Suwaidi, MS.
NIP. 196003301986031003

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah dan terima kasih kepada junjungan tertinggi, ALLAH SWT atas kemampuan dan kasih karunia-Nya yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Di PT. Sinar Baru Surabaya”**.

Penyusunan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk dapat memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Dengan selesainya penulisan skripsi ini penulis sangat berterima kasih kepada semua pihak yang bersedia untuk memberikan bantuan dan dukungannya baik secara materiil maupun moril kepada penulis, untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

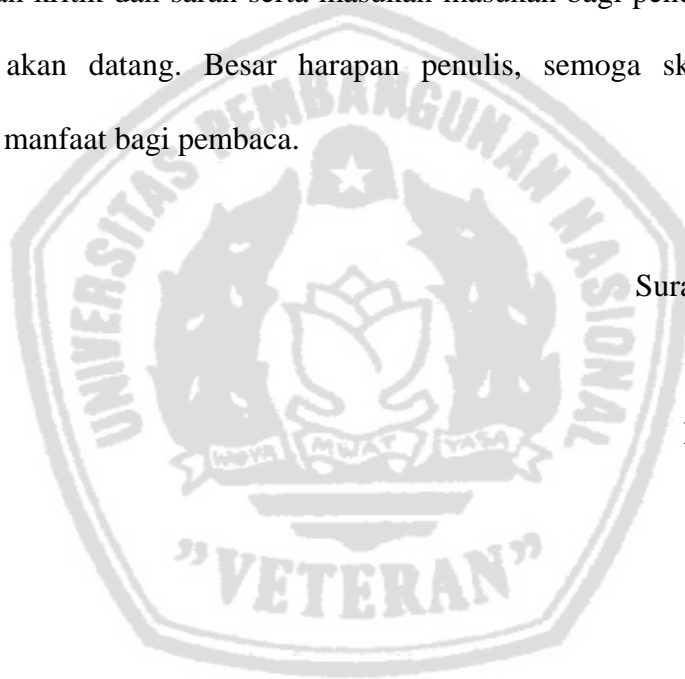
1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, M.P, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. H. Dhani Ichsanuddin Nur, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Utama sekaligus Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Progdil Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Drs. Ec. Bowo Santoso, MM, selaku Dosen Pendamping yang telah mengarahkan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh staf Dosen dan Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Bapak dan Ibu serta Saudara-saudaraku tercinta yang sudah mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Pada akhirnya penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih ada kekurangan dan perlu adanya perbaikan, oleh karenanya penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran serta masukan-masukan bagi peneliti yang lain di masa yang akan datang. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Surabaya, Mei 2011

Penulis



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Hasil Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori	10
2.2.1. Pengertian Pemasaran	10
2.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.2.3. Perilaku Konsumen	12
2.2.4. Pengertian Jasa	13

2.2.5. Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>).....	15
2.2.6. Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)	17
2.2.7. Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>)	20
2.2.8. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	22
2.2.9. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	22
2.3. Kerangka Konseptual.....	24
2.4. Hipotesis.....	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	26
3.1.1. Definisi Operasional.....	26
3.1.2. Pengukuran Variabel.....	29
3.2. Teknik Penentuan Sampel	30
3.3. Teknik Pengumpulan Data	31
3.3.1. Jenis Data	31
3.3.2. Sumber Data	31
3.3.3. Pengumpulan Data	32
3.4. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	40
--------------------------------------	----

4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	40
4.2. Karakteristik Responden	41
4.3. Deskripsi Hasil Penelitian	42
4.3.1. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X)	42
4.3.2. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	46
4.3.3. Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Z)	48
4.4. Deskripsi Hasil Analisis dan Pengujian Hipotesis	49
4.4.1. Evaluasi Atas <i>Outlier</i>	49
4.4.2. Uji Reliabilitas	50
4.4.3. Uji Validitas	52
4.4.4. Uji <i>Construct Reliability dan Variance Ectracted</i>	53
4.4.5. Uji Normalitas	54
4.4.6. Deteksi <i>Multicollinierity</i> dan Singularity	55
4.4.7. <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) dan Pengujian Hipotesis	55
4.4.7.1. Evaluasi Model <i>One Step Approach to SEM</i>	55
4.4.7.2. Analisis <i>Unidimensi First Order</i>	58
4.4.7.3. Analisis <i>Unidimensi Second Order</i>	58
4.4.7.4. Uji Hipotesis Kausalitas	59
4.5. Pembahasan	60
4.5.1. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan	60
4.5.2. Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan	61

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	64
5.2. Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	24
Gambar 4.1. Model Pengukuran dan Struktural <i>Base Model</i>	57
Gambar 4.2. Model Pengukuran dan Struktural <i>Base Model</i> Modifikasi	58



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Penyebaran Kuesioner
- Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data *Structural Equation Modeling*



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Jumlah Pelanggan Jasa Pengangkutan Barang	
Tahun 2008-2010	4
Tabel 1.2. Data Komplain	4
Tabel 3.1. <i>Goodness of Fit Indices</i>	39
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasar Perusahaan	41
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasar Jabatan	41
Tabel 4.3. Hasil Jawaban Responden Untuk <i>Tangible</i> (X1)	42
Tabel 4.4. Hasil Jawaban Responden Untuk <i>Reliability</i> (X2)	43
Tabel 4.5. Hasil Jawaban Responden Untuk <i>Responsiveness</i> (X3)	44
Tabel 4.6. Hasil Jawaban Responden Untuk <i>Assurance</i> (X4)	45
Tabel 4.7. Hasil Jawaban Responden Untuk Kepuasan Pelanggan (Y)	47
Tabel 4.8. Hasil Jawaban Responden Untuk Loyalitas Pelanggan (Z)	48
Tabel 4.9. Uji <i>Outlier Multivariate</i>	50
Tabel 4.10. Reliabilitas Data	51
Tabel 4.11. Validitas Data	52
Tabel 4.12. <i>Construct Reliability & Variance Extracted</i>	53
Tabel 4.13. Normalitas Data	54

Tabel 4.14. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Base Model</i>	56
Tabel 4.15 Modifikasi	57
Tabel 4.16. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Modifikasi.....	57
Tabel 4.17. <i>Unidimensi First Order</i>	58
Tabel 4.18. <i>Unidimensi Second Order</i> Kualitas Pelayanan.....	58
Tabel 4.19. Uji Hipotesis Kausalitas Antar Faktor	59



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA
PADA LOYALITAS PELANGGAN
DI PT. SINAR BARU
SURABAYA**

Oleh :

ANDRIANTO

ABSTRAK

Setiap badan usaha yang bergerak dalam bidang jasa tidak akan lepas dari kegiatan pelayanan kepada masyarakat. Sudah barang tentu peningkatan kualitas pelayanan kepada masyarakat harus terus ditingkatkan terutama di jaman modern sekarang ini. Hal tersebut dimaksudkan adalah untuk memberikan servis yang memuaskan kepada pelanggan, sehingga pelanggan akan merasa dimanjakan dan akan terus menjadi pelanggan yang setia. PT. Sinar Baru Surabaya merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengangkutan barang yang menyewakan truk-truknya untuk mengangkut barang sampai tujuan sesuai permintaan pelanggan. PT. Sinar Baru Surabaya dihadapkan permasalahan penurunan jumlah pelanggan, di mana pada tahun 2008 sampai 2010 mengalami penurunan secara terus-menerus. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan di PT. Sinar Baru Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menggunakan jasa pengangkutan dan pengiriman barang di PT. Sinar Baru Surabaya. Skala pengukuran menggunakan skala interval dan skala pembentukan menggunakan skala *likert*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling (non probability sampling)*. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 104 pelanggan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan tetap di PT. Sinar Baru Surabaya. Teknik analisis yang digunakan adalah *SEM (Structural Equation Modeling)* untuk melihat hubungan kausalitas antar faktor.

Hasil pengujian memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Keyword : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap badan usaha yang bergerak dalam bidang jasa tidak akan lepas dari kegiatan pelayanan kepada masyarakat. Sudah barang tentu peningkatan kualitas pelayanan kepada masyarakat harus terus ditingkatkan terutama di jaman modern sekarang ini. Hal tersebut dimaksudkan adalah untuk memberikan servis yang memuaskan kepada pelanggan, sehingga pelanggan akan merasa dimanjakan dan akan terus menjadi pelanggan yang setia. Kunci keberhasilan perusahaan terletak pada pelanggan sehingga mendorong perusahaan untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanannya.

Kondisi persaingan antar perusahaan yang semakin kompetitif mengharuskan setiap pengusaha mengkaji ulang strategi yang digunakannya agar tidak kehilangan pelanggannya dan demi mencapai keunggulan daya saing yang berkelanjutan. Usaha perusahaan dalam memasarkan hasil produk atau jasa, tak bisa lepas dari kualitas pelayanan yang diberikan.

Persoalan kualitas dalam dunia bisnis kini sudah menjadi suatu keharusan bagi perusahaan agar ia dapat tetap *survive* dalam bisnisnya. Apabila dahulu kualitas masih menjadi senjata agar perusahaan dapat memenangkan persaingan, namun kini hampir semua perusahaan, terlebih perusahaan jasa dapat memberikan kualitas yang sama, tentu saja persoalan kualitas bukanlah menjadi salah satu senjata andalan bersaing. Kualitas kini

ibarat tiket masuk kedalam gelanggang persaingan bisnis bila perusahaan ingin tetap *survive*.

Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan. Bagaimana pelanggan menentukan pilihan produk yang akan dibelinya, membuat perusahaan sadar bahwa tiap pelanggan selalu melakukan pertimbangan mengenai produk atau jasa dari sisi besarnya nilai yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Mereka membentuk harapan dari nilai yang diperoleh dan dari nilai tersebut kemudian diukur besar kepuasan yang dimiliki pelanggan. Jadi persoalan kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan.

Banyaknya usaha jasa pengangkutan barang yang bermunculan saat ini, baik itu jasa pengangkutan barang kecil atau besar telah menimbulkan persaingan harga bagi usaha-usaha sejenis yang ada sebelumnya. Kondisi ini mendorong pihak jasa pengangkutan barang untuk menciptakan peluang agar dapat menerapkan ide-ide yang baru untuk mendapatkan pelanggan atau relasi baru.

Setiap pengelola jasa pengangkutan barang harus dapat melaksanakan sasaran pemasarannya yang tepat sehingga tujuan perusahaan-perusahaan dapat tercapai. Selain itu pihak jasa pengangkutan barang juga harus dapat menentukan bagaimana memberikan kepuasan kepada pelanggan, bisa berupa kualitas pelayanan yang lebih baik dari

pesaingnya, menghasilkan pelayanan atau servis dengan kualitas tinggi, dan menetapkan harga yang sesuai serta terjangkau.

PT. Sinar Baru Surabaya merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengangkutan barang yang menyewakan truk-truknya untuk mengangkut barang sampai tujuan sesuai permintaan pelanggan. Untuk dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat pada saat ini, para pemilik jasa pengangkutan barang dituntut untuk lebih memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan saat ini, karena pada dasarnya membeli suatu jasa bukan hanya dilihat dari segi fisiknya saja tetapi juga manfaat dan kehandalan dari jasa tersebut. Keinginan dan *animo* jasa pengangkutan barang di kalangan industri-industri kecil dan besar membuat pemilik jasa pengangkutan barang lebih memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan agar pelanggan merasa puas serta kembali lagi menggunakan jasa pengangkutan barang tersebut.

Dalam penelitian ini, objek yang diteliti adalah jasa pengangkutan barang yang merupakan jasa untuk mengangkut barang-barang dalam skala besar serta pengiriman barang sampai ke tujuan. Kebutuhan untuk menggunakan jasa pengangkutan barang ada sangat penting bagi pelanggan untuk menjalankan usahanya. Untuk mengembangkan usaha pengangkutan barang tersebut jasa pengangkutan barang sangat dibutuhkan bagi para pelanggan dalam mengangkut barang-barang dan pengirimannya.

PT. Sinar Baru Surabaya dihadapkan permasalahan penurunan jumlah pelanggan, di mana pada tahun 2008 sampai 2010 mengalami penurunan secara terus-menerus. Hal ini dapat dilihat pada tabel data jumlah pelanggan yang menggunakan jasa pengangkutan barang dari tahun 2008 sampai 2010 berikut ini :

Tabel 1.1 Data Jumlah Pelanggan Jasa Pengangkutan Barang Tahun 2008-2010

No	Tahun	Jumlah Pelanggan
1	2008	151
2	2009	145
3	2010	134

Sumber : PT. Sinar Baru Surabaya

Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa jumlah pelanggan pada tahun 2008 sebanyak 151 perusahaan, pada tahun 2009 turun menjadi 145 perusahaan dan di tahun 2010 turun lagi menjadi 134 perusahaan. Dan didukung jumlah komplain di PT. Sinar Baru Surabaya yang mengalami kenaikan dari tahun 2008 sebanyak 36 komplain, tahun 2009 sebanyak 42 komplain dan tahun 2010 sebanyak 57 komplain. Jumlah komplain tersebut dapat dilihat pada tabel 1.2. berikut ini :

Tabel 1.2 Data Komplain

No	Tahun	Jumlah Komplain
1	2008	36
2	2009	42
3	2010	57

Sumber : PT. Sinar Baru Surabaya

Fenomena penurunan jumlah pelanggan jasa pengangkutan barang tersebut diindikasikan karena meningkatnya jumlah komplain di antaranya keterlambatan pengiriman sampai tujuan, karyawan yang kurang ramah dan kurang tanggap dalam melayani pelanggan, kedatangan truk ke tempat

pelanggan tidak tepat waktu. Keadaan seperti itu membuat pelanggan merasa tidak puas dan dapat menyebabkan tidak loyal dengan perusahaan.

Kotler & Armstrong (1996:583) dalam Kesumawatie & Sukowaty (2005:29) kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan, selain itu juga berpengaruh menciptakan keuntungan bagi badan usaha. Semakin tinggi kualitas badan usaha yang diberikan kepada pelanggan, semakin tinggi pula kepuasan yang diperoleh oleh pelanggan. Cronin, Taylor (1992:55) dalam Kesumawatie & Sukowaty (2005:29) menyebutkan kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik serta kepuasan pelanggan tersebut bisa mempengaruhi intensitas kunjungan pelanggan pada kesempatan berikutnya.

Menurut Tjiptono (1995:24) terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan kajian yang lebih mendalam tentang sejauh mana loyalitas pelanggan tercapai yang kemudian dijadikan penelitian dengan judul :
“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Di PT. Sinar Baru Surabaya”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka perumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Sinar Baru Surabaya?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT. Sinar Baru Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dari permasalahan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Sinar Baru Surabaya.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Sinar Baru Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan memberikan tujuan dari penelitian yang hendak dicapai, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi sebagai masukan bagi PT. Sinar Baru Surabaya, bahwa loyalitas pelanggan

jasa pengangkutan barang dapat dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan dari kualitas pelayanan yang baik.

2. Bagi Akademik

Sebagai referensi dan memberikan sumbangan berupa ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

3. Bagi peneliti lain

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan untuk mendukung penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam terciptanya loyalitas pelanggan.

